

دو فصلنامه تخصصی «پژوهش جوانان، فرهنگ و جامعه»

شماره چهارم، بهار و تابستان ۱۳۸۹: ۷۹-۵۱

تاریخ دریافت: ۱۳۸۸/۰۹/۲۳

تاریخ پذیرش: ۱۳۸۹/۰۸/۱۷

بازنمایی روابط نسلی در سریال‌های تلویزیونی؛ بررسی موردی

سریال‌های نرگس، صاحب‌دلان، اولین شب آرامش، نقش بر آب^۱

* فروزنده جعفرزاده‌پور

** منصور ساعی

چکیده

برنامه‌های تلویزیونی نه تنها آینه‌ای برای بازنمایی شرایط موجود در یک جامعه هستند، بلکه می‌توانند به عنوان مدل رفتاری برای اعضای جامعه نیز عمل کنند. به‌ویژه زمانی که تماشاگر بین خویش و شخصیت‌های نمایش داده شده در برنامه‌ها شباهت‌هایی می‌یابد. سریال‌های ایرانی تلویزیون سراسری را می‌توان هم بازنماینده شرایط اجتماعی و هم یک مدل رفتاری برای اعضای آن محسوب نمود. مطالعه حاضر با هدف بررسی بازنمایی الگوهای روابط نسلی در سریال‌های ایرانی تلویزیون انجام شده است. جامعه آماری این مطالعه سریال‌های پخش شده در سال ۱۳۸۵ از شبکه ۱ (شبکه ملی) و شبکه ۳ (شبکه جوان) می‌باشد. چهار سریال (دو سریال از هر شبکه) با ژانر خانوادگی - اجتماعی به صورت هدفمند انتخاب شده‌اند. روش تحلیل محتوا به‌عنوان روش تحقیق به‌کار گرفته شده و سه نوع روابط بین نسلی شامل تفاهم، تفاوت و تعارض در بین شخصیت‌های سه نسل جوانان، میان‌سالان و سالمندان در این سریال‌ها مورد بررسی قرار گرفته است. مطالعه حاضر نشان می‌دهد که تلویزیون و سریال‌های ایرانی آن بر الگوی تفاهمی در روابط بین نسل‌ها در جامعه تأکید داشته و الگوی غالب بازنمایی شده توسط آن الگوی تفاهمی‌ست در حالی که مطالعات نشان می‌دهد که الگوی غالب دیگری در روابط بین نسلی در جامعه امروز ایران وجود دارد.

واژگان کلیدی: روابط نسلی، بازنمایی رسانه‌ای، سریال‌های تلویزیونی، شبکه تلویزیونی ایران، ژانر خانوادگی - اجتماعی.

۱. مقاله حاضر مستخرج از طرح پژوهشی مصوب جهاد دانشگاهی با عنوان «بررسی الگوهای روابط نسلی در سریال‌های تلویزیونی، مطالعه موردی سریال‌های ایرانی پخش شده در سال ۱۳۸۵ از شبکه‌های ۱ و ۳» به شماره ۱۱-۱۳۶۰ است که در گروه جوانان و مناسبات نسلی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی جهاد دانشگاهی اجرا شده است.

* نویسنده مسئول: استادیار گروه جوانان و مناسبات نسلی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی جهاد دانشگاهی
Fjafarzadehpour77@gmail.com

** پژوهشگر گروه پژوهشی جوانان و مناسبات نسلی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی جهاد دانشگاهی
Msaiei58@gmail.com و دانشجوی دکتری ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی

مقدمه

فرهنگ و تمدن جامعه از طریق تعاملات بین نسلی انتقال و تداوم می‌یابد. بنابراین تداوم هر جامعه‌ای در گرو جریان انتقال فرهنگی در آن جامعه است. جریان این انتقال همیشه و در تمام جوامع یکسان نیست. انتقال کامل و بدون تغییر ارزش‌ها و هنجارها از نسلی به نسل دیگر ممکن نیست. بدیهی است نسل‌ها از ارزش‌ها و هنجارهای نسل گذشته خود کاملاً پیروی نمی‌کنند و به همین دلیل باید پذیرفت که تداوم فرهنگی به معنای تغییرناپذیری و انتقال بدون تغییر نیست. حتی در جوامع سنتی نیز، نسل جدید، ارزش‌ها و هنجارهای نسل گذشته را به طور کامل نمی‌پذیرد و برخی از آنها را مردود می‌شمارد و در بعضی دیگر نوآوری‌هایی ایجاد می‌کند (جعفرزاده‌پور، ۱۳۸۸: ۲۳).

تأثیر رسانه‌ها در الگوی روابط بین نسلی اهمیت دارد و بی‌شک، رسانه‌های دیداری و شنیداری عوامل قدرتمندی در جامعه‌پذیری نسل جوان امروز به‌شمار می‌آیند. نقش تلویزیون در بین رسانه‌ها به دلیل انتقال پیام به صورت دیداری و شنیداری و سهولت دسترسی آن قابل توجه است. تلویزیون همچون یک قصه‌گوی فرهنگی است که برنامه‌های آن هم بازتاب دهنده ارزش‌ها و ایده‌های جامعه هستند و هم نگرش‌ها و اعتقادات مشاهده‌کنندگان را شکل می‌دهند. بنابراین می‌توان گفت که محتوای ظاهری و معانی درونی برنامه‌های تلویزیونی پیام‌هایی در ارتباط با اولویت‌های فرهنگی گروه‌های مختلف و رفتارها و ایدئولوژی‌های آنان است.

یکی از حوزه‌های تحقیق در ارتباطات، بررسی و چگونگی به تصویر کشیدن روابط انسانی در رسانه‌های جمعی و به‌خصوص تلویزیون است (میرساردو، ۱۳۸۵: ۴). به نظر می‌رسد سریال‌های تلویزیونی که بخشی از پربیننده‌ترین برنامه‌های این رسانه فراگیر را تشکیل می‌دهند، نه تنها آینه‌ای برای بازنمایی شرایط فرهنگی و اجتماعی موجود جامعه هستند، بلکه همچنین می‌توانند به عنوان یک الگوی رفتاری برای اعضای جامعه مورد نظر محسوب شوند؛ به ویژه زمانی که تماشاگر بتواند شباهت‌هایی بین خویش و شخصیت‌هایی که به تصویر کشیده شده‌اند بیابد. تلویزیون یک قصه‌گوی فرهنگی است که برنامه‌های آن نه تنها بازتاب ارزش‌ها و عقاید جامعه است، بلکه قادر است نگرش‌ها و عقاید مخاطبان را نیز شکل دهد. کسانی که وقت زیادی را صرف

تماشای تلویزیون می‌کنند، تا حدی باور دارند که آنچه در برنامه‌های تلویزیونی نشان داده می‌شود بازتابی از دنیای خارج است، و بنابراین ادراک خود را نسبت به دنیای بیرون بر اساس اطلاعات داده شده به‌وسیله تلویزیون شکل می‌دهند. رسانه و از جمله تلویزیون، رابطه بسیار نزدیکی با زندگی خانوادگی دارد و نسل‌های کنونی از همان ابتدای زندگی در کنار سایر اعضای خانواده حضور این جعبه جادویی را احساس کرده‌اند. به عبارتی رسانه تلویزیون در کنار خانواده، مدرسه و دیگر نهادها، به ابزار مهمی در جامعه‌پذیری و فرهنگ‌پذیری افراد تبدیل شده است. در جامعه ایرانی به دلیل غلبه فرهنگ شفاهی بر فرهنگ مکتوب، تلویزیون «یکی از پر بیننده‌ترین رسانه‌های جمعی است و نقش‌های متفاوتی را از آموزش، جامعه‌پذیری و انتقال فرهنگ تا توانایی تغییر اجتماعی ایفا می‌کند. رسانه‌ها می‌توانند با برنامه‌هایی که ارائه می‌دهند، برخی ارزش‌ها و هنجارها را به تصویر کشند و تعمیق بخشند» (همان). بنابراین مطالعه نحوه بازنمایی الگوهای روابط بین نسلی به نمایش درآمده در سریال‌های ایرانی تلویزیون ایران بسیار مهم است؛ زیرا راهی تأثیرگذار بر تغییرات روابط بین نسلی در جامعه امروز ایران محسوب می‌شود.

مسئله اصلی تحقیق حاضر این است که: چه الگوهایی در زمینه روابط نسلی در سریال‌های پخش شده از تلویزیون ایران به نمایش درآمده است؟؛ به عبارت دیگر، نحوه بازنمایی الگوهای روابط نسلی در سریال‌های پخش شده از تلویزیون ایران چگونه بوده است؟ این مطالعه در تلاش است تا مشخص کند سریال‌های ایرانی پخش شده بر روی کدام‌یک از سه الگوی روابط بین نسلی (تفاهم، تقابل و تعارض) در بین سه نسل (جوان، میان‌سال و سالمند) تأکید دارد. برای این منظور، دو کانال از تلویزیون سراسری جمهوری اسلامی ایران به صورت هدفمند انتخاب شد؛ شبکه ۱، که شبکه سراسری است و در گستره ملی پخش می‌شود و شبکه ۳ که غالب برنامه‌های آن برای گروه سنی جوان تهیه می‌شود. بر اساس مطالب پیش‌گفته، این مطالعه تنها سریال‌های ایرانی تلویزیون را مورد بررسی قرار داده و سریال‌های خارجی را شامل نمی‌شود؛ زیرا فرض بر این است که سریال‌های ایرانی نزدیکی و شباهت بیشتری با فرهنگ و زندگی حقیقی مخاطبان داشته و در نتیجه امکان الگوپذیری آنان را بیشتر می‌کنند که این

امر در ارتباط با سریال‌های خارجی کمتر صادق است. در بین سریال‌های ایرانی در این دو شبکه، تنها سریال‌های متعلق به ژانر خانوادگی - اجتماعی بررسی شده‌اند.

چارچوب مفهومی و نظری تحقیق

با توجه به گستره و ویژگی‌های این مطالعه، در مقاله کنونی از دو حوزه رسانه‌ها و روابط نسلی برای تدوین چارچوب مفهومی و نظری استفاده شده است در ابتدا موضوع بازنمایی رسانه‌ای طرح و سپس سایر نظریات مرتبط با رسانه به ویژه تلویزیون و اثرات اجتماعی آن بررسی می‌شود و در نهایت، به مقوله روابط نسلی خواهیم پرداخت.

بازنمایی رسانه‌ای

بازنمایی رسانه‌ای یا نحوه ارائه واقعیت‌ها و رویدادهای پیرامونی حیات اجتماعی بشر از زاویه یک رسانه، موضوع مطالعات رسانه‌ای بسیاری در سال‌های اخیر در جهان و ایران بوده است. می‌توان گفت که تنها وظیفه مطالعات رسانه‌ای، سنجش شکاف میان واقعیت و بازنمایی نیست، بلکه تلاش برای شناخت این نکته نیز هست که رویه‌ها و صورت‌بندی‌های گفتمانی چگونه معانی را تولید می‌کنند. از دیدگاه استوارت‌هال، ما جهان را از طریق بازنمایی می‌سازیم و بازسازی می‌کنیم (کیسی^۱ و همکاران، ۲۰۰۲: ۲۰۰).

به نظریه‌پرداز دایر^۲، مفهوم بازنمایی در رسانه‌ها عبارت است از: «ساختی که رسانه‌های جمعی از جنبه‌های مختلف واقعیت مثل افراد، مکان‌ها، اشیاء، اشخاص، هویت‌های فرهنگی و دیگر مفاهیم مجرد ایجاد می‌کنند. تجلی بازنمایی‌ها ممکن است به صورت گفتاری، نوشتاری و یا تصاویر متحرک باشد» (دایر، ۱۹۹۳). بازنمایی نوعی عمل دلالت‌گر است که واقعیت بیرونی را منعکس می‌کند؛ در واقع، بازنمایی خود واقعیت نیست بلکه گزارش واقعیت بیرونی و نوعی تصویر دستکاری شده از آن است.

در زمینه بازنمایی رسانه‌ای دو نظریه ارائه شده است. نظریه اول در بازنمایی، نظریه انعکاسی است. این نظریه بر این باور است که دوربین در حال نشان دادن واقعیت است. قدرت فهم واقعیت و چیز مابه‌ازا در جهان خارج وجود دارد؛ یعنی دوربین واقعیت را

1. Casey

2. Richard Dayer

منعکس می‌کند. نظریه دوم با عنوان نظریه ارادی مطرح است. بر عکس نظریه انعکاسی، این نظریه می‌گوید هیچ عمل انعکاسی از جهان بیرونی وجود ندارد و آنچه دوربین نشان می‌دهد، اراده و نیت پنهانی است که پشت تصاویر واقع است. دوربین واقعیت را منعکس نمی‌کند بلکه نمایشی از واقعیت است (برنستون و استافورد^۱، ۲۰۰۲: ۱۵۰).

رسانه و اثرات اجتماعی آن

رسانه‌ها جزو پدیده‌های مدرن در جوامع هستند. این مخلوقات جامعه مدرن، به طور مداوم پیام‌آور ایده‌ها، اندیشه‌ها و شیوه‌های نو، مُد روز و پیشرفته، از کالا گرفته تا نگرش، فکر، تکنیک و ارزش‌ها و رفتارها و رفتارها بوده‌اند. هیده‌توشی کاتو^۲ جامعه‌شناس ژاپنی می‌گوید: «سیستم‌های اعتقادی و باورها و الگوهای اعتقادی رفتاری نسل جوان هر جامعه‌ای در اکثر اجتماعات امروزی به شدت و به صورت تعیین‌کننده‌ای تأثیر گرفته از پیام‌هایی هستند که ترجیح می‌دهند به طور مستقیم یا غیرمستقیم از طریق وسایل ارتباط جمعی دریافت کنند و یا مجبور به دریافت آنها می‌شوند» (دفلور و دنیس، ۱۳۸۳: ۴۰۲). این امر ضرورت توجه به محتوای رسانه‌ها و مطالب ارسالی از سوی آنان را دوچندان می‌کند.

آنتونی گیدنز جامعه‌شناس نامدار انگلیسی معتقد است ظهور تلویزیون بر الگوهای زندگی روزانه به شدت تأثیرگذار است، زیرا بسیاری از مردم فعالیت‌های دیگر را در جهت برنامه‌های تلویزیونی معین تنظیم کرده‌اند. یک بررسی علمی در بازده کشور نشان می‌دهد که در تمام آنها، کسانی که تلویزیون داشته‌اند، وقت کمتری صرف سایر فعالیت‌های اوقات فراغت، دیدار دوستان، گفت‌وگو، وظایف خانگی و خوابیدن می‌کردند (گیدنز، ۱۳۷۴: ۴۷۵). در مورد رسانه‌های جمعی و اثرات آنها نیز نظریات متعددی ارائه شده است. از جمله نظریات ارتباطی که به طور ویژه موضوع اثرات اجتماعی رسانه‌ها را بررسی کرده‌اند، می‌توان به نظریه کاشت، نظریه برجسته‌سازی و نظریه مدل‌سازی اشاره نمود.

نظریه کاشت^۳: در میان نظریه‌هایی که به آثار درازمدت رسانه‌ها پرداخته‌اند، حق تقدم

-
1. Branston and Stafford
 2. Hidetoshi Kato
 3. Cultivation Theory

با نظریه «کاشت» جرج گربر است (مک کوایل، ۱۳۸۲: ۳۹۹). گربر معتقد است که تلویزیون منبع اصلی داستان‌گویی و اطلاع‌رسانی در جامعه امروز شده است. دستگاه تلویزیون تبدیل به عضو اصلی خانواده‌ها شده و نتیجه مواجهه زیاد با پیام‌های رسانه‌ای و تلویزیونی به انحصار درآوردن منابع اطلاعاتی و افکار و آگاهی‌های بینندگان است. وی این اثر تلویزیونی را کاشت می‌نامد. بدین معنی که تلویزیون جهان بینی و ارزش‌های رایجی را به بینندگان و مخاطبان عرضه می‌کند که به راه‌های مشترک فهم جهان می‌انجامد (ورنر و تانکارد، ۱۳۸۱: ۳۹۰).

نظریه مدل‌سازی: بر اساس این نظریه، رسانه‌ها و به ویژه تلویزیون و صنعت سینما روش‌ها و الگوهای مختلف رفتاری را در برنامه‌های خود نشان می‌دهند. این الگوها - که شامل رفتارها، نگرش‌ها، عمل‌ها، نحوه صحبت کردن با دیگران، لباس پوشیدن، راه رفتن یا به طور کلی هر عمل و حرکت بازیگران و کنشگران داخل تصویر و صحنه تلویزیون است - در واقع می‌تواند الگویی برای تماشاگران باشد. این حرکات می‌توانند الگوهای رفتاری قابل تقلید باشند و مردمی که این نمایش‌ها را می‌بینند، ممکن است آنها را به عنوان جزیی از مجموعه نگرش‌ها و رفتارهای شخصیتی خود بپذیرند. البته این نظریه از دیدگاه وسیع‌تری ریشه می‌گیرد که آن را نظریه یادگیری اجتماعی می‌نامند و برای اولین بار توسط روانشناس معروف آلبرت باندورا صورت‌بندی شد. نظریه یادگیری اجتماعی توضیح می‌دهد که با دیدن نوع رفتار یک فرد توسط شخص دیگر، هر شخصی می‌تواند آن را تقلید کند. تعمیم این نظریه را به رفتار بازیگران در فیلم‌های سینمایی و تلویزیونی نظریه مدل‌سازی می‌نامند (دفلور و دنیس، ۱۳۸۳: ۶۴۰).

نظریات جامعه‌شناسی نسلی

در نیمه اول دهه هشتاد بحث نسل‌ها به طور جدی توجه جامعه‌شناسان را به خود جلب نمود. نگاه یک نسل و نحوه شکل‌گیری نسل‌ها توسط نظریه‌پردازان مختلفی در آن سال‌ها مورد بررسی قرار گرفته است. نظریه‌پردازانی چون مانهایم، اینگلهارت و ترنر از تحولات نسلی به منزله عنصر اساسی تحول اجتماعی و فرهنگی برای تبیین دگرگونی‌های ارزشی بین نسل‌ها در نقد عوامل اقتصادی و جبرگرایانه استفاده نموده‌اند.

گیدنز تعریف خاصی از «نسل» ارائه کرده است. او نسل‌ها را همچون هم‌دوره‌ای‌های اجتماعی که در طول زمان ترسیم شده‌اند در نظر می‌گیرد. اگر چه مفهوم نسل عموماً به سال‌های زندگی اطلاق می‌شود، ولی این نوع تعریف از نسل‌ها صرفاً معطوف به سال یا تجربه زندگی گروهی است. بورديو توجه خاصی به ایده فرهنگ جمعی و مشترک در ارتباط با مفهوم نسل داشت وی همچنین بر احساسات، رجحان‌ها و خلق و خوی حافظهٔ جمعی و نیز مجموعه‌ای از فعالیت‌های مربوط به آن از قبیل ورزش و تفریحات جمعی تأکید کرد و معتقد بود که این عوامل، خلق فرهنگی یا سنت نسلی را تعیین می‌کنند.

مانه‌ایم: از مانه‌ایم به عنوان آغازگر مباحث نظری پیرامون نسل نام برده شده است. وی نسل را دارای سه بعد می‌داند: ۱- جایگاه نسلی ۲- نسل به مانند یک واقعیت ۳- واحد نسلی. جایگاه نسلی، تعیین کننده حوزه کسب تجربه است و با افرادی که در دوره زمانی و فضای اجتماعی - فرهنگی یکسان متولد شده‌اند، کسانی که مقدار مشترکی از وقایع تاریخی را تجربه می‌نمایند، مرتبط است. نسل به عنوان یک واقعیت به بازتخصیص تجربیات مشترک افرادی که در یک فضای تاریخی و فرهنگی متولد شده‌اند، یعنی کسانی که احساس می‌کنند با معاصرین‌شان مرتبط هستند، بستگی دارد؛ چرا که به لحاظ تاریخی سرنوشت مشترکی دارند. بنابراین یک نسل به عنوان یک واقعیت فقط شامل افرادی که به لحاظ تاریخی هم‌دوره هستند می‌شود. مرکزی‌ترین بحث مانه‌ایم بحث واحد نسلی است که به معنای گروه سنی - زیستی در نظر گرفته شده است و دارای چندین ویژگی است: ۱- در جریان اجتماعی و تاریخی محل مشترکی دارند؛ این موقعیت تعیین کننده حوزه کسب تجربهٔ ممکن، با توجه به شرایط است. ۲- سرنوشت مشترک و علاقه‌هایی براساس طبقه اقتصادی، اجتماعی دارند. ۳- دارای هویت واحد براساس تجربه مشترک هستند (چیت ساز قمی، ۱۳۸۶: ۸۹).

دایتی: تعریف دایتی از نسل، متأثر از تعریف مانه‌ایم از نسل است. وی بر اهمیت تجربیات، به عنوان عناصر ذهنی، فکری و اثرشان بر دوره جوانی یا سال‌های شکل‌گیری تأکید می‌کند. بر اساس نظریات وی نسل واقعیتی است که در قالب واحدهای نسلی ظاهر می‌شود. واحدهای نسلی از نظر وی بیشترین بازنمودهای به هم پیوسته از یک نسل هستند و دید مشترکی نسبت به وقایع اجتماعی دارند. مفهوم‌سازی دایتی و

مانه‌ایم از نسل نشانگر این موضوع است که نسل، صرفاً متولدین به لحاظ آماری نیست، بلکه به افرادی که در یک دوره تاریخی یکسان متولد شده‌اند اشاره دارد؛ کسانی که در یک فضای اجتماعی-تاریخی یکسان زندگی می‌کنند و از تجربیات جوانی مشابهی در سال‌های شکل‌گیری‌شان برخوردارند. این مفهوم‌سازی بیانگر آن است که اعضای نسل به لحاظ ذهنی با نسل‌شان هویت می‌یابند و با بیوگرافی مشترکی با یکدیگر مرتبط شوند، حس اساسی از سرنوشت مشترک دارند و از نسل‌های دیگر متفاوت می‌شوند. عضویت نسلی معرفت‌نسلی‌ای را به ارمغان می‌آورد که نسل یک شخص را از نسل‌های دیگر متفاوت می‌سازد. بنابراین عضویت نسلی بستگی به نظر یا دید ذهنی مردم از یک موقعیت اجتماعی و تاریخی خاص دارد. از لحاظ تحلیلی ثابت شده است که باید در تحقیق تجربی نسل، هم جوانب ذهنی و هم عینی مورد توجه قرار گیرد (یوسفی، ۱۳۸۳: ۳۲-۲۳ به نقل از چیت‌ساز قمی، ۱۳۸۶: ۹۰).

بیکر: بیکر نسل را گروهی از افراد که در فاصله زمانی معینی به دنیا آمده‌اند می‌داند و معتقد است موقعیت‌های تاریخی خاص و علائق خاص در سطح فردی و سیستمی، نسل‌ها را از هم تفکیک می‌کند (بیکر، ۱۳۷۷: ۱۱۸).

بالس: از نظر بالس نسل عبارت از مجموعه‌ای از انسان‌هاست که در ابژه‌های نسلی با یکدیگر سهیم شده‌اند. یعنی کسانی که از ابژه‌های معینی برخوردار شده، آن ابژه‌ها را به خوبی درک کرده‌اند و در نتیجه اکنون به آهستگی بینشی درباره واقعیت اجتماعی به دست می‌آورند. ابژه‌های نسلی، بحث محوری بالس در تعریف نسل به شمار می‌رود. وی ابژه‌های نسلی را زیر مجموعه ابژه‌های فرهنگی قرار می‌دهد و آنها را پدیده‌هایی می‌داند که برای ایجاد حس هویت نسلی به کار می‌روند. او می‌گوید این ابژه‌ها چه بسا توسط نسل‌های قبلی نیز استفاده شده باشند، اما برای آنان حکم چارچوب شکل‌دهنده یک نسل را نداشته‌اند حال آن‌که، برای کودکانی که بعدها در سنین جوانی با تجربه کردن این ابژه‌ها به نحوی ناخودآگاه احساس همبستگی نسلی می‌کنند، چنین حکمی را دارند (بالس، ۱۳۷۷: ۲۸). بالس در تعریف دیگر از ابژه نسلی می‌گوید: ابژه نسلی عبارت است از شخص، مکان، شیء یا رویدادی که از نظر فرد، مبین نسل اوست و به یاد آوردنش احساسی از نسل خود او را در ذهنش زنده می‌کند (همان: ۳۲).

اینگلهارت: در دهه هشتاد اینگلهارت این ایده را مطرح کرد که در جوامع صنعتی با نوعی دگرگونی ارزشی مواجه هستیم: گرایش نسبت به ارزش‌های فرامادی تقویت گردیده و نسل جدید به ارزش‌های فرامادی اولویت بیشتری می‌دهد. او در تبیین این دگرگونی ارزشی و نسلی به طراحی دو فرضیه^۱ پیش‌بینی‌کننده می‌پردازد که عبارت‌اند از: ۱- فرضیه کمیابی^۱ که بنا بر آن اولویت‌های فرد بازتاب محیط اجتماعی اقتصادی اوست. ۲- فرضیه اجتماعی شدن^۲ که اصل را بر این قرار می‌دهد که ارزش‌های اساسی فرد به شکل گسترده منعکس‌کننده شرایطی است که طی سال‌های قبل از بلوغش فراهم شده است. به نظر اینگلهارت فرضیه کمیابی بر دگرگونی‌های کوتاه مدت با آثار دوره‌ای دلالت دارد. دوره‌های رونق به افزایش فرامادی‌گرایی و دوره‌های کمیابی به مادی‌گرایی می‌انجامد. فرضیه اجتماعی شدن دلالت بر وجود آثار بلند مدت نسلی دارد (اینگلهارت و آبرامسون، ۱۳۷۸: ۶۲). به نظر اینگلهارت یکی از مؤلفه‌های مهم دگرگونی ارزشی جایگزینی نسلی است. اینگلهارت برای چرخه زندگی تأثیر چندانی قایل نیست و تفاوت‌های پایدار بین گروه‌های سنی را بازتاب دگرگونی نسلی می‌داند. وی نظریه دگرگونی ارزشی که دلالت بر جابجایی اولویت‌های مادی به سمت اولویت‌های غیر مادی دارد را به توسعه اقتصادی جوامع ارتباط می‌دهد تا جایی که برای تأثیر نهادهای فرهنگی در این دگرگونی چندان وزنی قایل نیست. جوانان به مراتب بیشتر از بزرگ‌ترها بر خواسته‌های فرامادی تأکید می‌ورزند و تحلیل گروه‌های سنی مبین باقی بماند است که این موضوع به مراتب بیشتر بازتاب دگرگونی نسل‌هاست تا انعکاس سال‌خوردگی (اینگلهارت، ۱۳۷۳: ۱۱۵). اینگلهارت دگرگونی فرهنگی را در چارچوب جهت‌گیری‌های ارزشی که منجر به تفاوت‌های نسلی می‌شود تعریف می‌کند؛ در نتیجه دگرگونی‌های فرهنگی مهم به تفاوت در میان نسل‌ها می‌انجامد.

الگوهای روابط نسلی

مطالعه نسلی در جهان معاصر بیش از چندین دهه سابقه دارد، در حالی که پیشینه آن

-
1. Scarcity Hypothesis
 2. Socialization Hypothesis

در ایران به بیش از ده سال نمی‌رسد (آزاد ارمکی، ۱۳۸۶: ۴۳ - ۴۴). در طی این سال‌ها، رویکردهای مختلفی در سطح جهان و ایران نسبت به روابط نسلی شکل گرفته است. دکتر تقی آزاد ارمکی، استاد جامعه‌شناسی، سه نوع رویکرد روابط نسلی را در ایران مشخص کرده است: ۱- وفاق نسلی ۲- گسست نسلی ۳- تغییر نسلی (تفاوت، تزاخم و تعامل توأمان) (همان: ۴۹).

وفاق نسلی: وفاق یا توافق نسلی در صورتی پیش می‌آید که نسل‌ها بر اساس بستر واحد فرهنگی و وحدت رویه صورت‌های عملی یکسان داشته باشند و توافق اجتماعی و فرهنگی نیز شکل گرفته باشد. بدین لحاظ با وجود توافق بین نسلی، وجود شکاف امری توهمی و خیال‌گونه است. نظام مفهومی و نظری‌ای که این نوع رویکرد بدان متعلق است، نظریه ساختی است. بدین معنی که ساختارهای متصلب در سطح فرهنگی و اجتماعی امکان ظهور تزاخم را فراهم نمی‌کند. مدافعان این رویکرد معتقدند که اساساً شکافی میان نسل‌ها وجود ندارد. آنچه هست اختلافات ناچیز یا در مواردی نادر قابل توجه است که به طور طبیعی در تمامی جوامع و از جمله کشور ما وجود دارد (جلیلی، ۱۳۷۸: ۱۴).

گسست نسلی: دو مفهوم «انقطاع نسلی» و «گسست نسلی» در بسیاری از مباحث معادل یکدیگر به کار می‌روند. هر یک از این دو مفهوم معطوف به موقعیت خاص رابطه بین نسلی است. انقطاع نسلی به شکل نهایی گسست نسلی که توأم با تزاخم بین نسل‌هاست اطلاق می‌شود. گسست‌ها در وضعیتی شکل می‌گیرد که نسل‌ها امکان تعامل و رابطه با یکدیگر را ندارند. از طرف دیگر، گسست نسلی به موقعیتی اطلاق می‌شود که حداقل توافق فرهنگی و اجتماعی که منشأ تزاخم نسلی است، وجود دارد (آزاد ارمکی، ۱۳۸۶: ۵۲). فرض اصلی در گسست نسلی، بی‌نیازی نسل‌ها نسبت به یکدیگر و استقلال کامل از یکدیگر است. در رویکرد گسست، رابطه نسل‌ها با یکدیگر بر مبنای احساس بی‌نیازی و استقلال کامل است که در عمل، منجر به فاصله گرفتن از یکدیگر می‌شود و به مرزبندی و جدایی کامل از هم می‌انجامد. در نتیجه، پدیده انقطاع نسل‌ها شکل می‌گیرد (همان).

تغییر نسلی (تفاوت، تزاخم و تعامل توأمان): تفاوت نسلی به معنای قبول حضور

همزمان سه نسل مستقل مرتبط با یکدیگر در متن اجتماعی فرهنگی است. هر نسل بر اساس درک و فهمی که از اوضاع و موقعیت‌های پیرامونی دارد هویت مستقل یافته و در عین حال نیز به دلیل حضور همزمان رابطه تعاملی پیدا می‌کنند. بدین لحاظ است که تغییر نسلی فرآیندی است که در آن، گروه‌های مختلف نسلی ضمن مواجهه با موقعیت‌های متفاوت گسست و همسانی، شکل می‌گیرد (همان) تراحم یا تعارض نسلی هم بخش جدایی‌ناپذیری از تحول نسل‌هاست چرا که، هر نسل، طرحی جدید را مطرح می‌کند که با معیارهای نسل پیشین مغایرت‌هایی دارد و مورد قبول آنها نیست و در نتیجه منجر به ایجاد تعارض میان آنان می‌شود (چیت‌ساز قمی، ۱۳۸۶: ۹۷).

در پژوهش حاضر با الهام از سه رویکرد یاد شده، سه نوع الگوی روابط نسلی تفاهمی، تعارضی و تفاوتی مشخص شد که از جمله متغیرهای مهم برای تحلیل محتوای سریال‌های مورد بررسی در پژوهش حاضر هستند.

مروری بر تحقیقات انجام شده در مورد موضوع

گرچه تاکنون پژوهشی که به طور خاص به موضوع روابط نسلی و رسانه‌ها بپردازد انجام نشده و تحقیق حاضر در نوع خود جدید است، ولی می‌توان مطالعات انجام شده در دو حوزه تلویزیون و روابط نسلی را مورد بررسی قرار داد.

تحقیقات داخلی: بیشتر مطالعات انجام شده بر روی رسانه‌ها به بررسی تأثیرات آن بر مخاطبین پرداخته‌اند. از آنجا که کودکان و جوانان ساعات بیشتری را برای تماشای تلویزیون صرف می‌نمایند، اکثر مطالعات بر روی این گروه سنی انجام شده است (ر.ک: نیک‌بخش، ۱۳۸۴؛ باستانی، ۱۳۸۰). مطالعات نشان می‌دهند که خانواده همچنان نقش موثر و مهمی در شکل‌دهی ارزش‌ها و هنجارها در افراد ایفا می‌کند و در صورت همخوانی ارزش‌ها و هنجارهای به تصویر کشیده شده در تلویزیون و ارزش‌ها و هنجارهای خانوادگی، الگوهای ارائه شده مورد پذیرش افراد قرار می‌گیرند (ر.ک: معدنی‌پور، ۱۳۸۴؛ پورترکارانی، ۱۳۸۱). بررسی رابطه بین محل سکونت، جنسیت و تماشای سریال‌های ایرانی حکایت از آن دارد که افراد مونث ساکن در مناطق جنوبی

شهر بیشتر سریال‌های ایرانی تماشا می‌کنند. بنابراین می‌توان از الگوهای در سریال‌های ایرانی برای ایجاد و تقویت ارزش‌ها در آنان استفاده نمود (صالحی، ۱۳۸۳: ۳۲).

در کنار مطالعات انجام شده در خصوص تأثیرات تلویزیون بر مخاطبین، پژوهش‌هایی نیز درباره محتوای برنامه‌های تلویزیونی انجام شده‌اند، که البته نسبت به نوع نخست تعداد کمتری دارند. بررسی محتوای اخبار حکایت از آن دارد که ارائه خبرها با بی‌طرفی صورت نمی‌گیرد بلکه معیارهایی پیچیده در گزینش خبر نقش دارند. بررسی الگوهای سریال‌های ایرانی در سه دوره زمانی، نشان داده که در دوران جنگ سریال‌ها بیشتر به انتقال ارزش‌های معنوی اهتمام داشته‌اند و پس از آن به سمت ارزش‌های مادی گرایش یافته‌اند. این امر حاکی از بی‌ثباتی ارزش‌ها پس از انقلاب اسلامی است (اعرابی، ۱۳۷۸: ۱۰۴).

بررسی الگوهای ارزشی در پربیننده‌ترین فیلم‌های سینمایی ایرانی نشان می‌دهد که رسانه به جای آن‌که ارزش‌های جامعه را کنترل و هدایت کند، هم در تغییر ارزش‌ها موثر بوده و هم خود را با ارزش‌های شایع در سطح جامعه تطبیق داده است. بنابراین به نظر می‌رسد که اشاعه ارزش‌ها در سریال‌های تلویزیونی و فیلم‌های سینمایی از نظام مشخصی پیروی نمی‌کند (رفیع پور، ۱۳۷۸: مقدمه). رفیع پور مطالعه خویش را با عنوان *وسایل ارتباط جمعی و تغییر ارزش‌های اجتماعی با روش تحلیل محتوا و پیمایش انجام داده است*. محقق، پرفروش‌ترین فیلم‌های سینمایی در سال‌های ۱۳۶۰، ۱۳۶۵، ۱۳۷۰، ۱۳۷۲ و همچنین سه سریال تلویزیونی در سال‌های ۱۳۶۵، ۱۳۷۰، ۱۳۷۲ را بررسی نموده است.

مهم‌ترین یافته‌های این تحقیق حاکی از آن است که پرفروش‌ترین فیلم‌های سال ۱۳۶۰، ۱۳۶۵ و سریال سال ۱۳۶۵ در جهت ترویج و تثبیت ارزش‌های انقلابی، مذهبی و کاهش نابرابری بوده است. این در حالی‌ست که پرفروش‌ترین فیلم سال ۱۳۷۰ و سریال‌های سال ۱۳۷۰، ارزش‌های مادی، سودجویی، بی‌توجهی به آرمان‌های انسانی، انقلابی و مذهبی را در حد بالایی رواج داده است. به عبارتی رسانه به جای آن‌که ارزش‌های جامعه را کنترل و هدایت کند، هم در تغییر ارزش‌ها موثر است و هم خود را با ارزش‌های اشاعه یافته در سطح جامعه تطبیق می‌دهد (همان).

پژوهش‌های خارجی: هاینز نولز^۱ در مطالعه‌ای با عنوان «تصویراتی از جوانان: تحلیل محتوای (شخصیت‌های) جوانان در برنامه تفریحی پرایم تایم» آورده است که تحقیقاتی که شخصیت‌های کودکان و جوانان را در برنامه‌های تلویزیونی تحلیل کرده‌اند نشان می‌دهند که این شخصیت‌ها به جای آن‌که معرف کودکان به روش‌های مناسب باشند، دارای نقش‌های محدود و اغلب تقویت‌کننده نقش‌های بزرگسالی بوده‌اند. این مطالعه نشان داده که تصویر ارائه شده از جوانان در تلویزیون آمریکا اغلب در ارتباط با مسائلی چون روابط عاشقانه و دوستانه و مسائل خانوادگی است. حتی یک مورد هم نمونه‌ای از مسائلی که دارای ویژگی‌های جامعه‌شناختی باشند (مثل بی‌خانمانی، فقر و مسائل محیط زیست) ارائه نشده است.

بررسی این برنامه نشان دهنده تأکید هر چه بیشتر تلویزیون بر جمعیت جوان سفیدپوست است که منعکس‌کننده کل جامعه نبوده، بلکه پیام قدرتمندی درباره اهمیت تفاوت جوانان به جامعه ارسال می‌نماید. رنگین‌پوستان در خبرها و داستان‌های مجرمانه دیده می‌شوند و در این برنامه تفریحی که چنین رویکردی ندارد، غایب هستند. با توجه به نقش دوگانه تلویزیون، تصویر ارائه شده از جوانان در این برنامه به طور گسترده مفروضاتی را درباره جوانان در فرهنگ آمریکا به همراه دارد. ولی از آنجا که این تصویر بازتابی از نظام‌های ارزشی موجود است، می‌توان فرض کرد که این تصویر نیز به شکل‌گیری نظام ارزشی نوینی کمک خواهد کرد (هاینز نولز، ۲۰۰۰: ۴۵). ویلیام شرام^۲ در پژوهشی با عنوان «تلویزیون در زندگی کودکان ما» به سنجش تأثیر تلویزیون در بین کودکان آمریکای شمالی پرداخته‌اند. جامعه آماری این تحقیق دانش‌آموزان سال اول تا دوازدهم مدارس سانفرانسیسکو و اجتماع محلی کوهستان راکی بوده است. نمونه آماری نیز شامل ۶۰۰۰ کودک، ۲۰۰۰ والد و ۳۰۰ معلم می‌باشد. برخی از یافته‌های این پژوهش نشان داده که تلویزیون وارد الگوی تأثیری‌ای می‌شود که از قبل موجود بوده است. عملاً در مقایسه با تأثیرات محیط خانه، گروه همسالان، مدرسه، کلیسا و به طور کلی فرهنگ، تلویزیون از میزان تأثیر کمتری برخوردار است و معمولاً به‌ندرت می‌توانیم

1. Heintz Knowles
2. William Schramm

موقعیتی بیابیم که آن را تنها به تلویزیون نسبت دهیم. تلویزیون در بروز رفتارهای خاص سهیم است یا نقش واسطه‌ای دارد. همچنین نتایج حاکی است که برای این‌که تلویزیون به صورت نظام‌مند در یادگیری تأثیر بگذارد باید با سازمان یا سازمان‌های مرتبط با آن‌گونه فعالیت‌ها در جامعه ارتباط پیدا کند؛ منظور از این سازمان‌ها، مدارس، گروه‌های آموزشی بزرگسالان، سازمان‌های کودکان، کتابخانه‌ها و گروه‌های ذوقی و غیره است (اینگلیس، ۱۳۷۷: ۱۸۸).

مک‌کی و ویلسون^۱، در تحقیقی با عنوان «هماندسازی و فراگیری مشاهده‌ای از فیلم‌ها» به روش آزمایشگاهی بر روی نوجوانان کلاس هفتم مطالعه کرده‌اند. در این تحقیق به نوجوانان کلاس هفتم فیلمی نشان داده شده و پس از یک هفته جامعه نمونه مورد آزمون قرار گرفته است. این بررسی نشان داده که هماندسازی کودک با شخصیت اصلی همجنس خود صورت می‌گیرد. از نظر طبقه اجتماعی نیز به همین صورت است، یعنی مخاطب با شخصیتی که از نظر طبقه اجتماعی با او نزدیک است همانند می‌شود. نوجوانان رفتار و گفتار شخصیت‌هایی را که با آنها هماندسازی کرده‌اند کاملاً به یاد می‌آورند و در عوض رفتار و گفتار کسانی را که با آنها هماندسازی نکرده‌اند کامل به خاطر نمی‌آورند (مک‌کی و ویلسون، ۱۹۵۷: ۴۴).

روش‌شناسی

یکی از روش‌های متداول در بررسی رسانه‌ها روش تحلیل محتواست. در این پژوهش نیز به منظور بررسی نحوه‌ی بازنمایی روابط نسلی در سریال‌های تلویزیونی از روش تحلیل محتوا استفاده شده است. تحلیل محتوا یک شیوه تحقیقی است که برای تشریح عینی، منظم و کمی محتوای آشکار پیام‌های ارتباطی (متن، تصویر، صدا، عکس و غیره) به کار می‌رود (برلسون، ۱۹۵۲: ۱۸).

جامعه آماری تحقیق حاضر شامل کلیه سریال‌های پخش شده از شبکه‌های سراسری سیمای جمهوری اسلامی ایران در سال ۱۳۸۵ است. انتخاب سریال‌ها برای مطالعه حاضر از دو شبکه اول و سوم به صورت نمونه‌گیری هدفمند صورت گرفته

است. شبکه اول از حوزه انتشار سراسری و گستره نفوذ ملی برخوردار است و پوشش کشوری دارد. شبکه ۳ ویژه برنامه‌های جوانان است و با رویکرد توجه به جوانان اقدام به تولید و تهیه برنامه می‌کند. بنابراین فرض بر این بوده است که این دو شبکه بیش از دیگر شبکه‌ها الگوهای روابط بین نسلی را برای جامعه بازنمایی می‌کنند و بیشترین بیننده را به خود اختصاص می‌دهند.

نمونه‌گیری از سریال‌ها در دو مرحله صورت پذیرفت. ابتدا از هر شبکه دو سریال به صورت هدفمند انتخاب شد. در انتخاب سریال‌ها، ژانر (موضوع) اجتماعی - خانوادگی معیار انتخاب نمونه بود و تلاش شد که سریال‌ها با تنوع زمانی و در نظر گرفتن دوره پخش مورد مطالعه قرار گیرند. لذا چهار سریال یعنی «نرگس»، «صاحب‌دلان»، «نقش بر آب» و «اولین شب آرامش» که در سال ۱۳۸۵ از شبکه ۱ و ۳ پخش شده بودند، انتخاب شدند. بعد از انتخاب هدفمند، از آنجا که سریال‌ها با توجه به مدت پخش، هدف تولید و تعداد قسمت‌ها با یکدیگر متفاوت بودند و امکان بررسی تمام قسمت‌های هر سریال وجود نداشت، نمونه‌گیری طبقه‌ای به تناسب تعداد قسمت‌های هر یک از سریال‌ها صورت گرفت. در تحلیل محتوای فیلم و سریال‌ها تعداد حداقل نمونه ۶۰۰ صحنه‌ای برای بررسی ضروری است. در تحقیق حاضر ۲۵ درصد صحنه‌ها یعنی ۹۴۴ صحنه به عنوان نمونه مورد مطالعه نهایی در مجموع ۴ سریال انتخاب شد و مورد بررسی قرار گرفت. واحد تحقیق در این مطالعه صحنه و واحد ثبت، وقوع هر رفتار و کنش (کلامی و غیرکلامی) در بین شخصیت‌های مورد مطالعه بوده است.

برای سنجش روابط نسلی (توافقی، تعارضی و تفاوتی) در سریال‌های تلویزیونی پرسش‌نامه‌ای حاوی مقوله‌ها (متغیرها) و زیرمقوله‌ها تهیه شد و کدگذاران طبق دستوالعمل کدگذاری اقدام به تکمیل ماتریس کدگذاری بر اساس تماشای صحنه‌ها کردند. در پژوهش‌هایی که به روش تحلیل محتوا انجام می‌شوند، به منظور رعایت اصل عینیت و اعتماد به کدگذاری مقوله‌ها، از روش‌های مختلفی استفاده می‌شود که از آن جمله می‌توان به ضریب اسکات و روش تصنیف اشاره کرد. در مطالعه حاضر برای سنجش ضریب اعتماد از روش تصنیف یا دو نیمه کردن استفاده شده است. بدین ترتیب که ۲۰ درصد از حجم نمونه (۲۰ درصد از سریال‌های مورد بررسی) به صورت

اتفاقی به وسیله کدگذار دیگری مشاهده و کدگذاری مجدد انجام شد و نتایج کدگذاری اولیه با کدگذاری ثانویه مقایسه گردید. نتیجه نشان داد که ۸۱ درصد از کدگذاری‌ها مشابه و یکسان بوده است. بنابراین در پژوهش حاضر ضریب قابلیت اعتماد ۸۱ درصد محاسبه شده که نشان دهندهٔ عینیت بالای مقوله‌ها و جامع و مانع بودن آنهاست.

مفاهیم و متغیرهای تحقیق

در پژوهش حاضر برای تحلیل محتوای روابط نسلی با الهام از سه رویکرد توافق نسلی، گسست نسلی و تغییر نسلی (تفاوت، تزاخم و تعامل) سه نوع الگوی روابط نسلی تفاهمی، تعارضی و تفاوتی مشخص شد که از جملهٔ متغیرهای مهم برای تحلیل محتوای سریال‌های مورد بررسی در پژوهش حاضر هستند^۱.

منظور از رابطه نسلی تفاهمی این است که نسل‌های سالمند، میانسال و جوان با وحدت و همدلی در کنار یکدیگر به سر می‌برند و تفاوتی در نگرش‌های بنیادی نسبت به مسائل فرهنگی، اجتماعی و هویتی ندارند. شاخص‌های این رابطه شامل این موارد است: گفت‌وگوی رودررو و صمیمی، تعامل کلامی، گوش دادن به سخنان یکدیگر، همدلی، ارتباط غیر کلامی مانند لبخند، کنار هم نشستن و در مورد یک موضوع صحبت کردن و نیل به تصمیم مشترک. احترام متقابل هنگام ورود و خروج افراد، تأیید سخنان و نظرات یکدیگر، همسویی و یکسان بودن ارزش‌های دو نسل، انتقال تجربیات و بینش‌های نسل‌های پیشین به نسل‌های جدید و تأیید و کاربست آنها توسط نسل جدید، وجود همزیستی مسالمت‌آمیز و وجود آرامش حاکم بر روابط.

رابطه نسلی تفاوتی بیانگر آن است که جوان، میانسال و سالمند به اقتضای سن و دوره زندگی‌شان، نوع نیازها و خواسته‌ها و ارزش‌هایشان، با هم متفاوت است. به این معنی که دو نسل در مبانی فرهنگی (ارزش‌ها، هنجارها و باورها) با یکدیگر تفاهم دارند اما در جزئیات با یکدیگر هم عقیده نیستند. در حقیقت تغییر ارزش‌ها که از نسلی به نسل دیگر رخ داده است در عمل منجر به فاصله گرفتن آنان از یکدیگر می‌شود.

۱. شایان ذکر است در پژوهش اصلی برای سنجش روابط نسلی از چهار متغیر چگونگی ارتباط از منظر قدرت، نوع روابط از منظر کلامی و غیر کلامی، منظومه ارزشی در نسل‌ها و بالاخره نوع روابط از منظر تفاهمی، تفاوتی و تعارضی استفاده شده است که مقاله حاضر محدود به متغیرهای آخر است.

شاخص‌های رابطه تفاوتی را می‌توان چنین برشمرد: اعتقاد به مبانی دینی و تغییر در بعد مناسکی آن همچون شرکت نکردن در مراسم سنتی، آیینی و مذهبی، به جای نیاوردن آداب و رسوم سنتی و برعکس دارا بودن نگرش و رفتار نو و متفاوت با والدین و بزرگ‌ترها، همسویی در مبانی ارزشی و تفاوت در نحوه عمل در مورد ارزش‌های مختلف اجتماعی، اقتصادی، دینی و قانونی، وجود نگرش‌ها و رفتارهای نو در فرزندان، تلاش برای ایجاد تغییر در نسل‌های دیگر، مشورت در تصمیم‌ها و رفتارها، تلاش برای گریز از سنت‌ها با حداقل درگیری.

منظور از رابطه نسلی تعارضی این است که افکار، اندیشه‌ها، دیدگاه‌ها، خواسته‌ها، رفتارها و اعمال یک نسل یا افراد در مقابل نسل دیگر قرار می‌گیرند، زیرا نیازها، خواسته‌ها، اهداف و ارزش‌های آنها با یکدیگر متعارض است. به عبارت دیگر تعارض فرایندی است که در آن فردی در می‌یابد که شخص دیگری به طور منفی روی آن چیزی که او تعقیب می‌کند تأثیر گذاشته است. تعارض تقریباً همیشه با احساس عصبانیت، درماندگی، رنج، اضطراب یا ترس همراه است، موجب تضعیف عزت نفس می‌شود، توجه را از فعالیت‌های مهم دور می‌سازد، موجب دوقطبی شدن افراد و کاهش همکاری می‌شود و رفتارهای مضر و غیرمسئولانه در پی دارد. شاخص‌های تعارض صحبت نکردن با یکدیگر، اعتنا نکردن به هم، بدگویی، رد کردن و آگاهانه به تضعیف یکدیگر پرداختن، هنجار شکنی و درگیری با قوانین و مقررات و غیره است.

تحلیل یافته‌ها

در اینجا به بررسی مهم‌ترین یافته‌های حاصل از پژوهش می‌پردازیم. جداول ۱، ۲ و ۳ بیانگر نوع روابط نسلی بین دوره‌های مختلف زندگی با یکدیگر و رابطه درون نسلی آنها با هم است.

جدول ۱- نوع رابطه درون‌نسلی در سریال‌های مورد مطالعه

سالمندان با یکدیگر	میانسالان با یکدیگر	جوانان با یکدیگر	دوره زندگی نوع رابطه
درصد	درصد	درصد	
۵۵/۶	۷۳/۱	۷۱/۷	تفاهمی
۱۱/۱	۶/۶	۱۰/۸	تفاوتی
۳۳/۳	۲۰/۳	۱۷/۵	تعارضی
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع

در کل ۹۴۴ صحنه مطالعه و ۳۷۷۶ کنش ثبت شده است. در این قسمت به بررسی کنش‌های ثبت شده در سریال‌های مورد بررسی بر اساس روابط درون‌نسلی (جوانان با یکدیگر، میانسالان با یکدیگر و سالمندان با یکدیگر) می‌پردازیم. بر اساس جدول ۱ بیشترین نوع رابطه ثبت شده در بین شخصیت‌های جوان، از نوع رابطه تفاهمی (۷۱/۷ درصد) و همچنین نزدیک به ۲۰ درصد از روابط بین شخصیت‌های جوان در این سریال‌ها از نوع رابطه تعارضی بوده است (۱۷/۵ درصد). میزان روابط تفاوتی ثبت شده در بین جوانان ۱۰/۸ درصد بوده است. این درصد نشانگر وجود پتانسیل‌هایی برای تغییر در بین روابط فی‌مابین جوانان است.

روابط ثبت شده بین شخصیت‌های میانسال در این سریال‌ها نیز شبیه به الگوی روابط بین شخصیت‌های جوان بوده؛ بدین معنا که بیشتر روابط ثبت شده از نوع تفاهمی بوده است (۷۳/۱ درصد) و روابط تعارضی کمی بیش از ۲۰ درصد روابط را در بین شخصیت‌های میانسال تشکیل می‌دهد (۲۰/۳ درصد). اگرچه میزان ثبت روابط بین شخصیت‌های سالمند به دلیل تعداد اندک آنان در سریال‌ها کم است، ولی به هر تقدیر بررسی روابط بین شخصیت‌های سالمند در سریال‌های مورد بررسی نشان‌دهنده تفاوت‌هایی با دیگر دوره‌های زندگی است؛ به این معنی که ۵۵/۶ درصد از روابط ثبت شده در بین سالمندان از نوع توافقی و بیش از ۳۰ درصد روابط بین آنها از نوع تعارضی بوده است (۳۳/۳ درصد).

بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که در روابط درون نسلی بین جوانان درصد روابط تفاهمی به نمایش درآمده، بیش از روابط تعارضی است. در حالی‌که در مورد روابط درون‌نسلی در بین شخصیت‌های سالمند نسبت به شخصیت‌های جوان، روابط تفاهمی کمتر و روابط تعارضی بیشتری مشاهده شده است. روابط درون‌نسلی در بین میانسالان نیز شباهت‌هایی با روابط درون‌نسلی جوانان نشان داده با این تفاوت که در مقایسه با جوانان در این دوره زندگی تفاهم با شدت بیشتری مشاهده شده، ولی روابط تعارضی در مقایسه با جوانان بیشتر بوده است. مقایسه میانسالان با شخصیت‌های سالمند نشان از تفاوت‌های بیشتری بین این دو دوره از زندگی در مقایسه با جوانان دارد؛ بدین ترتیب که درصد تفاهم کمتر و درصد تعارض بیشتری ثبت شده است.

جدول ۲- نوع رابطه بین نسلی جوانان با سایر دوره‌های زندگی در سریال‌های مورد

مطالعه

دوره زندگی	جوانان با یکدیگر	جوانان با میانسالان	جوانان با سالمندان
نوع رابطه	درصد خالص	درصد خالص	درصد خالص
تفاهمی	۷۱/۷	۶۵/۶	۴۵/۵
تفاوتی	۱۰/۸	۱۳/۹	۳۴/۸
تعارضی	۱۷/۵	۲۰/۵	۱۹/۶
جمع	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

جدول شماره ۲ نوع رابطه بین نسلی جوانان با سایر دوره‌های زندگی در سریال‌های مورد مطالعه را نشان می‌دهد. همان‌گونه که در جدول آمده است بیشترین روابط تفاهمی جوانان با جوانان و به عبارت دیگر هم‌نسلان آنان است (۷۱/۷ درصد). این رابطه با گذار از نسلی به نسل دیگر کاهش پیدا کرده است به گونه‌ای که روابط تفاهمی بین جوانان و میانسالان ۶۵/۶ درصد از روابط ثبت‌شده را شامل می‌شود. این نوع از رابطه در بین جوانان و سالمندان به کمترین درصد خویش یعنی ۴۵/۵ درصد تقلیل یافته است. بنابراین می‌توان چنین نتیجه‌گیری کرد که شخصیت‌های جوان

بیشترین تفاهم را در روابط فی‌مابین به نمایش گذاشته بودند در حالی که کمترین تفاهم را با شخصیت‌های سالمند سریال‌ها داشته‌اند.

روابط تعارضی به نمایش در آمده بین شخصیت‌های جوان کمترین درصد کنش‌های مثبت‌شده را شامل می‌شوند. بر اساس جدول شماره ۲ تنها ۱۷/۵ درصد از کنش‌های مثبت‌شده بین جوانان در حوزه روابط تعارضی قابل دسته‌بندی هستند. این در حالی است که روابط تعارضی بین نسلی شامل روابط تعارضی بین جوان با میانسال و جوان با سالمند تقریباً حدود ۲۰ درصد روابط را تشکیل می‌دهند. بنابراین می‌توان نتیجه‌گیری کرد که تعارض بین نسلی در سریال‌های تلویزیونی بیشتر از تعارض درون نسلی به تصویر کشیده شده است.

بررسی روابط تفاوتی درون‌نسلی و بین‌نسلی در سریال‌های مورد مطالعه بر اساس جدول شماره ۲ نشان از روندی واقعی دارد؛ به گونه‌ای که کمترین درصد تفاوت درون نسل و بین شخصیت‌های جوان سریال‌هاست (۱۰/۸ درصد). این درصد در روابط تفاوتی بین شخصیت‌های جوان و میانسال با افزایش تقریباً سه درصدی همراه شده و به ۱۳/۹ درصد رسیده است. در روابط بین جوانان و سالمندان حداکثر فاصله مشاهده و ثبت شده است (۳۴/۸ درصد).

بر مبنای اطلاعات موجود می‌توان اظهار داشت نوع روابط بین شخصیت‌های سریال‌های مورد بررسی و دوره زندگی و نسلی آنها از منظر تفاهم، تفاوت و تعارض اختلافاتی مشاهده می‌شود. به این ترتیب که کمترین تعارض درون نسلی بوده و در روابط و کنش‌های فی‌مابین جوانان دیده شده است. در حالی که بیشترین تعارض بین نسلی بوده و در تعامل جوانان با سالمندان رخ داده است. همچنین در مقایسه کنش میانسالان و سالمندان با جوانان نشان داده شده هر چه فاصله نسلی بیشتر شود روابط از منظر مورد مطالعه، تعارضی می‌شود؛ گرچه شدت تفاوت با افزایش فاصله نسلی فزونی می‌یابد.

جدول ۳- نوع رابطه بین نسلی میانسالان با سایر دوره‌های زندگی در سریال‌های

مورد مطالعه

میانسالان با سالمندان	میانسالان با یکدیگر	میانسالان با جوانان	دوره زندگی
			نوع رابطه
درصدخالص	درصدخالص	درصدخالص	
۳۸/۸	۷۳/۱	۶۲/۹	تفاهمی
۲۸/۴	۶/۶	۱۵	تفاوتی
۳۲/۸	۲۰/۳	۲۲/۲	تعارضی
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع

در جدول شماره ۳ نوع رابطه بین نسلی میانسالان با سایر دوره‌های زندگی در سریال‌های مورد مطالعه نشان داده شده است. مطالعه این جدول از وجود روند تغییر در روابط درون و بین نسلی حکایت دارد؛ گرچه الگوی غالب در این روابط الگوی تفاهمی است. رابطه تفاهمی بین دو نسل جوانان با میانسالان کمتر از درصد روابط تفاهمی بین نسلی (میانسالان با یکدیگر) است که به ترتیب ۶۲/۹ درصد و ۷۳/۱ درصد می‌باشد. تفاهم بین نسلی در روابط بین شخصیت‌های میانسالان سریال‌ها و شخصیت‌های سالمند آنها به حداقل خود یعنی ۳۸/۸ درصد رسیده است. بنابراین شخصیت‌های میانسال در این سریال‌ها حداقل تفاهم را با نسل پیش از خود به نمایش گذارده‌اند و بیشترین تفاهم در بین میانسالان درون نسلی بوده است.

در مطالعه روابط تعارضی شخصیت‌های میانسال با سایر شخصیت‌ها نکته بسیار مهمی مشاهده می‌شود. درصد روابط تعارضی ثبت شده درون نسلی قابل توجه است. بدین ترتیب که حدود ۲۰ درصد از روابط درون نسلی در شخصیت‌های به تصویر کشیده شده در سریال‌های مورد مطالعه از نوع روابط تعارضی درون نسلی می‌باشند. تعارض بین نسلی در بین شخصیت‌های میانسال و سالمند دارای شدت بیشتری بوده تا در بین شخصیت‌های جوان و میانسال (به ترتیب ۳۲/۸ درصد و ۲۲/۲ درصد). بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که بیش از یک پنجم روابط درون‌نسلی و برون‌نسلی

میانسالان از نوع تعارضی است و بیشترین تعارض با شخصیت‌های نسل سالمند ثبت شده که بیش از یک سوم روابط بوده است.

در خصوص روابط تفاوتی شخصیت‌های میانسال با خود و دیگر شخصیت‌ها، همانگونه که در جدول شماره ۳ مشاهده می‌شود، حداقل رابطه تفاوتی درون نسلی است؛ به این معنا که میانسالان در روابط خود با سایر شخصیت‌های میانسال دارای روابط دیگری غیر از رابطه تفاوتی بوده‌اند (که در جای خود توضیح داده شد). روابط تفاوتی بین نسلی در میان شخصیت‌های میانسال و سایر شخصیت‌ها نشان می‌دهد این نسل با نسل پیش از خود روابط تفاوتی بیشتری دارند تا با نسل پس از خویش. یعنی ۲۸/۴ درصد از روابط بین میانسالان و سالمندان از نوع تفاوتی بوده در حالی که تنها ۱۵ درصد از روابط بین میانسالان و سالمندان از نوع تفاوتی ثبت شده است. پس در یک نگاه می‌توان دریافت که روابط نسلی شخصیت‌های میانسال و جوان در سریال‌های مورد بررسی بیشتر از نوع تفاهمی و تفاوتی است و کمتر تعارضی. در حالی که روابط نسلی شخصیت‌های میانسال و سالمند اغلب از نوع تعارضی و تفاوتی می‌باشد.

جدول ۴- نوع رابطه بین نسلی سالمندان با سایر دوره‌های زندگی در سریال‌های

مورد مطالعه

دوره زندگی نوع رابطه	سالمندان با جوانان	سالمندان با میانسالان	سالمندان با یکدیگر
	درصدخالص	درصدخالص	درصدخالص
تفاهمی	۴۰	۳۷/۳	۵۵/۶
تفاوتی	۴۱/۸	۲۸/۴	۱۱/۱
تعارضی	۱۸/۲	۳۴/۳	۳۳/۳
جمع	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

جدول شماره ۴ نوع رابطه بین نسلی سالمندان با سایر دوره‌های زندگی در سریال‌های مورد مطالعه را نشان می‌دهد. بر اساس این جدول بیش از پنجاه درصد از روابط درون نسلی شخصیت‌های سالمند با یکدیگر در سریال‌های مورد مطالعه از نوع

رابطه تفاهمی است (۵۵/۶ درصد). همچنین حداقل روابط تفاهمی میان نسلی بین شخصیت‌های سالمند و میانسال با ۳۷/۳ درصد ثبت شده است. ۴۰ درصد روابط بین شخصیت‌های سالمند و جوان از نوع روابط تفاهمی می‌باشد. بر اساس این جدول بیشترین روابط تفاهمی درون نسلی و بین شخصیت‌های سالمند سریال‌ها و پس از آن بین نسلی و بین سالمندان و جوانان با ۴۰ درصد و کمترین رابطه تفاهمی بین سالمندان و میانسالان ثبت شده است.

بر مبنای همین جدول روابط تعارضی ثبت شده بین سالمندان و سایر شخصیت‌های سریال‌های مورد مطالعه بین نسلی بوده به طوری که ۳۴/۳ درصد از سالمندان با شخصیت‌های میانسال روابط تعارضی داشته‌اند. همچنین روابط تعارضی درون نسلی (سالمندان با یکدیگر) در یک سوم از ثبت‌ها اعلام شده است (۳۳/۳ درصد). نکته جالب این جدول مشاهده حداقل روابط از نوع تعارضی در بین سالمندان و جوانان است. به طوری که ۱۸/۲ درصد از روابط بین سالمندان و شخصیت‌های جوان سریال‌ها از این نوع به ثبت رسیده است. پس روابط تعارضی سالمندان اغلب با میانسالان و یا با سایر سالمندان و کمتر با جوانان بوده است.

شخصیت‌های سالمند سریال‌های مورد بررسی کمترین رابطه تفاوتی را با یکدیگر داشته‌اند. به طوری که ۱۱/۱ درصد از روابط درون نسلی سالمندان از نوع تفاوتی بوده است. رابطه تفاوتی بین شخصیت‌های سالمند و سایر شخصیت‌ها از نسلی به نسل دیگر افزایش می‌یابد؛ بدین معنا که ۲۸/۴ درصد از روابط بین نسلی سالمندان با میانسالان از نوع تفاوتی است. تفاوت نسلی بین سالمندان و جوانان بیشترین درصد رابطه تفاوتی در سریال‌های مورد بررسی را تشکیل داده است؛ به این ترتیب که ۴۱/۸ درصد از روابط بین سالمندان و جوانان از نوع تفاوتی می‌باشد.

نتیجه‌گیری

بقا و تداوم یک فرهنگ، مستلزم انتقال ارزش‌ها از طریق تعامل و روابط بهینه دو نسل و پیوند نسلی است. در جوامعی که روابط بین نسل‌ها با تغییراتی مواجه می‌شود انتقال و تداوم فرهنگ و ارزش‌ها دچار چالش می‌گردد که حادثترین صورت آن وقوع انقطاع نسلی

است. انقطاع نسلی بدین معناست که دو نسل دارای هنجارها و ارزش‌های مشابهی نباشد و فضای فکری آن دو از یکدیگر فاصله داشته باشد. در کنار وضعیت انقطاع وضعیت‌های دیگری نیز وجود دارد که عبارت‌اند از تفاوت نسلی و نیز تعارض نسلی. به منظور حفظ و انتقال فرهنگ، بسیار ضروری است که به تعاملات بین نسل‌ها در یک جامعه توجه و در راه تعمیق این روابط گام برداشته شود. زیرا انتقال ارزش‌ها و هنجارهای یک جامعه به نسل‌های آتی از طریق تعاملات و مناسبات بین نسلی امکان‌پذیر می‌گردد.

در جوامع نوین در کنار خانواده ابزارها و عوامل دیگری در جامعه‌پذیر نمودن افراد نقش دارند. از جمله این عوامل می‌توان به نقش بی‌بدیل رسانه‌ها و به‌ویژه تلویزیون در جامعه‌پذیری نسل جوان اشاره کرد. وجود منابع مختلف و گاه غیر هم‌سو در جامعه‌پذیر ساختن نسل جوان به ناهمگرایی‌هایی میان ارزش‌ها و رفتارهای فرزندان و والدین انجامیده است. بدیهی‌ست که تلویزیون کار تولید و بازتولید ارزش‌ها و نگرش‌های جامعه را به عهده داشته و می‌توان گفت که آئینه وضع موجود (و مطلوب) یک جامعه است. یکی از موضوعات مطرح و قابل بررسی در برنامه‌ها و سریال‌های تلویزیونی، بررسی روابط و تعاملات بین نسل‌هاست. بی‌تردید با توجه نقش مهم رسانه‌ها و به‌ویژه تلویزیون - در جامعه‌پذیر کردن نسل جوان و نوجوان، شناخت محتوای سریال‌های تلویزیونی در زمینه تعاملات نسلی، که نشانگر چگونگی توالی فرهنگی جامعه است، مسئله‌ای ضروری و مهم می‌باشد.

بررسی نحوه بازنمایی روابط نسلی در سریال‌های مورد مطالعه نشان‌دهنده روابط تفاهمی بین نسل‌هاست. به طوری که بیشترین درصد روابط بین‌نسلی بازنمایی شده در این سریال‌ها از نوع روابط تفاهمی‌ست. مقایسه روابط بین‌نسلی و درون‌نسلی نشان از تداوم این الگو در بین شخصیت‌های جوان سریال‌های مورد بررسی دارد، هرچند روند تغییر نیز از نسل‌های پیشین به نسل حاضر مشاهده می‌شود. هر چه از نسل جوان‌تر به نسل میانسال و سالمند حرکت کنیم نوع روابط از تفاهمی به سمت تعارضی میل می‌کند، به طوری که روابط تعارضی بین سالمندان در بیشترین حد خود بوده است.

بر اساس پژوهش حاضر الگوی غالب و مورد تأکید در سریال‌های مورد بررسی الگوی تفاهمی‌ست و به طور کلی می‌توان نتیجه گرفت که الگوی غالب بازنمایی شده و ارسال شده روابط بین نسلی از سوی تلویزیون به جامعه الگوی تفاهمی‌ست. این یافته نشان می‌دهد که تلویزیون تلاش دارد الگوهایی را در روابط و تعاملات نسلی به جامعه ارسال نماید و الگوهای به تصویر کشیده شده در این سریال‌ها بازتاب وضعیت موجود جامعه نیست. این نتیجه با نتایج تحقیقات (ر.ک: یوسفی، ۱۳۸۳؛ علیخانی، ۱۳۸۳) و نظر محققان و صاحب‌نظرانی همچون آزاد ارمکی (۱۳۸۶) و (۱۳۸۳)، باقری (۱۳۸۳)، مددپور (۱۳۸۳) متفاوت است. تحقیقات نشان داده که الگوی روابط نسلی بین جوانان با میانسالان و سالمندان در کشور ما بیشتر از نوع الگوی تفاوتی و تعارضی‌ست. برای تحلیل این تناقض در نتایج، می‌توان استدلال کرد که بر اساس نظریه بازنمایی رسانه‌های سریال‌ها سعی در القای نوعی بازنمایی ارادی و غیرواقعی و دست‌کاری شده و نه انعکاسی و عینی و واقعی از روابط نسلی به جامعه دارند. همچنین بر اساس نظریه برجسته‌سازی رسانه‌ای می‌توان گفت که رسانه ملی در برنامه‌های پرمخاطب خود، سعی در برجسته ساختن الگوهای تعاملی و توافقی بین نسل‌ها از نظر افکار، عقاید، ارزش‌ها و هنجارها دارد. به نظر می‌رسد عملکرد تلویزیون بر اساس قوانین و مأموریت‌های محوله به این رسانه است. در حقیقت می‌توان چنین نتیجه‌گیری کرد که الگوهای ارسالی در حوزه روابط بین نسل‌ها توسط سریال‌های ایرانی تلویزیون برگرفته از اصول سیاست‌های فرهنگی در کشور است که بر پیوند و مودت و تقویت همبستگی تأکید دارد (ر.ک: حسین‌لی، ۱۳۷۹). از سوی دیگر مطالعات تکمیلی دیگری لازم است که نشان دهد با توجه به دولتی بودن این رسانه و ریزش مخاطبان آن در طی سالیان اخیر، الگوهای ارسالی بین نسلی چه تأثیری در جامعه داشته است.

نتایج پژوهش حاضر نشان می‌دهد که نوع تصاویر و پیام‌های سریال‌های تلویزیونی مطابق آنچه گربنر در نظریه کاشت رسانه‌ای خود مطرح کرده، ذهنیت و جهان‌بینی تعامل و تفاهم و توافق و کمتر تعارض را بین نسل‌های فعال در عرصه خانوادگی و اجتماعی تبلیغ می‌کند. این‌که چقدر این جهان‌بینی القایی تلویزیون واقعی است و مخاطبان به چه میزان از آن خرسند هستند و این‌که آیا تلویزیون توانسته بینش و

ذهنیت مخاطبان را در مقوله روابط نسلی به سوی الگوی تفاهمی تغییر دهد یا خیر، نیاز به پژوهش‌های میدانی دارد.

جامعه ایرانی جامعه‌ای در حال گذار است که تغییرات پرسرعتی را از سر می‌گذراند. این تغییرات بر ابعاد مختلف جامعه و از جمله تعاملات بین نسل‌ها تأثیرگذارده و تغییراتی را در آنها ایجاد نموده است. مطالعات انجام شده در حوزه روابط نسلی در کشور با توجه به تفاوت جوامع آماری و رویکردها نتایج مختلفی داشته‌اند: برخی به توافق بین نسلی معتقدند در حالی که محققانی دیگر بر تعارض و شکاف نسل‌ها تأکید دارند. به نظر می‌رسد که مطالعات بیشتری برای درک واقعی وضع روابط بین نسل‌ها در کشور لازم است.



منابع

- اعرابی، نادره (۱۳۷۸) «انتقال ارزشی از طریق برنامه‌های تلویزیونی»، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید بهشتی.
- اینگلهارت، رونالد و آبرامسون، پل. آر. (۱۳۷۸) «امنیت اقتصادی و دگرگونی ارزشی»، ترجمه شهناز شفیعی‌خانی، نامه پژوهش، شماره ۱۴.
- اینگلهارت، رونالد (۱۳۷۳) تحول فرهنگی در جامعه صنعتی، ترجمه مریم وتر، تهران، کویر.
- اینگلیس، فرد (۱۳۷۷) نظریه رسانه‌ها، ترجمه محمود حقیقت‌کاشانی، تهران، مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌های صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران.
- آزاد ارمکی، تقی (۱۳۸۳) جامعه‌شناسی نسلی در ایران، تهران، پژوهشکده علوم انسانی و مطالعات اجتماعی جهاد دانشگاهی.
- آزاد ارمکی، تقی (۱۳۸۶) «فرآیند تغییر نسلی بررسی فراتحلیلی در ایران»، دو فصلنامه تخصصی جوانان و مناسبات نسلی، شماره اول، بهار و تابستان.
- باستانی، قادر (۱۳۸۰) «اثرات تلویزیون بر کودکان بزهکار تهران»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز.
- باقری، خسرو (۱۳۸۳) امکان و عوامل گسست نسل‌ها، نگاهی به پدیده گسست نسل‌ها، به اهتمام علی‌اکبر علیخانی، پژوهشکده علوم انسانی و مطالعات اجتماعی جهاددانشگاهی.
- بالس، کریستوفر (۱۳۷۷) «ذهنیت بین نسلی دیدگاهی روانکاوانه درباره اختلاف نسل‌ها» ترجمه حسین پاینده، ارغنون، شماره ۱۹.
- بدیعی، نعیم (۱۳۸۰) تحلیل محتوا، تهران، اداره کل تبلیغات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- بیکر، ترزال (۱۳۷۷) نحوه انجام تحقیقات اجتماعی، هوشنگ ناییبی، تهران، روش.
- پورترکارانی، مجتبی (۱۳۸۱) «شناخت میزان و نوع مصرف رسانه‌ها و رابطه آن با نوگرایی افراد روستایی»، پایان‌نامه ارشد، دانشگاه تهران.
- تاجیک، محمدرضا (۱۳۸۱) «جامعه ایرانی و شکاف میان نسل‌ها» راهبرد، شماره ۲۶.
- حسین‌لی، رسول (۱۳۷۹) اصول و مبانی سیاست فرهنگی در جمهوری اسلامی ایران، تهران، آن.
- جلیلی، هادی (۱۳۷۸) «شکاف نسل‌ها» فصلنامه فرهنگ عمومی، شماره ۱۵-۱۴.
- جعفرزاده‌پور، فروزنده (۱۳۸۸) کند و کاو در مسائل جوانان و مناسبات نسلی، ج ۱، تهران، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی جهاددانشگاهی.

چیت‌ساز قمی، محمد جواد (۱۳۸۶) «بازشناسی مفاهیم نسل و شکاف نسلی»، دوفصلنامه تخصصی جوانان و مناسبات نسلی، شماره اول، بهار و تابستان.
دفلور، ملوین و دنیس، اورتای (۱۳۸۳) شناخت ارتباطات جمعی، ترجمه سیروس مرادی، تهران، دانشکده صدا و سیما.

رضایی، آذرمیدخت (۱۳۸۵) «بررسی مفهوم اعتماد و آسیب شناسی آن در برنامه‌های تلویزیون (تحلیل محتوای سریال‌های پخش شده از شبکه‌های سراسری)»، مرکز تحقیقات صدا و سیما، اداره کل مطالعات رسانه و ارتباطات، گروه فرهنگ و رسانه، ش ۳۵.

رفیع‌پور، فرامرز (۱۳۷۸) وسایل ارتباط جمعی و تغییر ارزش‌های اجتماعی، تهران، فرنز، سورین و تانکارد، جیمز (۱۳۸۱) نظریه‌های ارتباطات، ترجمه علیرضا دهقان، تهران، دانشگاه تهران.

صالحی، فوزیه (۱۳۸۳) بررسی ارزش‌های اسلامی در مجموعه تلویزیونی گم‌گشته، تهران، مرکز مطالعات رسانه‌ای و سنجش برنامه‌ای.

گیدنز، آنتونی (۱۳۷۴) جامعه‌شناسی، ترجمه منوچهر صبوری، تهران، نی.
مددپور، محمد (۱۳۸۳) «صورت‌های نوعی گسست نسلی و فرهنگی»، نگاهی به پدیده گسست نسل‌ها، به اهتمام علی‌اکبر علیخانی، تهران، در پژوهشکده علوم انسانی و مطالعات اجتماعی جهاددانشگاهی.

معدنی‌پور، علی (۱۳۸۴) «پندپذیری جوانان از والدین با تأثیر خانواده، دوستان و رسانه‌های ارتباط جمعی»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید بهشتی.

مک‌کوایل، دنیس (۱۳۸۲) درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی، ترجمه پرویز اجلالی، تهران، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه.

میرساردو، طاهره (۱۳۸۵) «بررسی نمایش انواع ارتباطات زن و مرد در سریال‌های تلویزیون ماه مبارک رمضان»، مرکز تحقیقات صدا و سیما، اداره کل پژوهش‌های اجتماعی و سنجش برنامه‌ای گروه روان‌شناسی، ش ۱۱۹.

نیشابوری، اختر و دیگران (۱۳۷۴) تحلیل محتوای سریال همسران، تهران، مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌ای صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران.

نیک‌بخش، هلن (۱۳۸۴) «میزان تأثیر تلویزیون بر رفتارهای خشونت‌آمیز در میان دانش‌آموزان مقطع دبیرستان مناطق ۲ و ۵ تهران»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه

آزاد اسلامی واحد تهران مرکز.

یعقوبعلی پور، فرزانه (۱۳۷۴) تحلیل محتوای پربیننده‌ترین فیلم‌های ویدئویی موسسه رسانه‌های تصویری، هرمزگان، کمیسیون اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان هرمزگان.

یوسفی، نریمان (۱۳۸۳) شکاف بین نسل‌ها، بررسی نظری و تجربی، تهران، پژوهشکده علوم انسانی و مطالعات اجتماعی جهاددانشگاهی.

- Berelson, Bernard (1952) *Content Analysis in Communication Research*, new York: The Free Press.
- Branston, Gill and Stafford, Roy (2002) *The Media Student's Book*, 3rd edition, Routledge.
- Casey, Bernadette et al. Liam and Lewis Justin (eds) (2002) *Television Studies: The Key Concepts*. Routledge.
- Dayer, Richard (1993) *Brief Encounter*, Brithish Film Institute.
- Heintz Knowles, Katharine E. (2000) "Images of Youth: A Content Analysis of Adolescents in Prime Time Entertainment Programming", Working Paper W.T. Grant Foundation And The Frameworks Institute.
- Kertzer, I. David (1983) "Generation as Sociological Problem", *Annual Rewires*, No. 9.
- MacKaye, Eleanor. E. and Wilson W. C. (1957) "Identification and Observational Learning from Films", *Abnormal Social Psychology*.
- Schramm, William (1968) "Television in the Lives of our Children"; in *Studies in American Society*, ed. Derek Phillips, new York: Thomas Y. Crowell Company.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی